

Esperto Universitario

Strategie di Marketing Applicate all'Industria Farmaceutica



Esperto Universitario Strategie di Marketing Applicate all'Industria Farmaceutica

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università
Tecnologica
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/farmacia/specializzazione/specializzazione-strategie-marketing-applicate-industria-farmaceutica

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Direzione del corso

pag. 12

04

Struttura e contenuti

pag. 16

05

Metodologia

pag. 22

06

Titolo

pag. 30

01

Presentazione

La corretta esecuzione delle Strategie di Marketing in ambito farmaceutico consente di catturare l'attenzione del pubblico target, comunicare i benefici del prodotto ed entrare in contatto con i consumatori. In questo modo, indirizzando gli sforzi verso le esigenze del mercato, le aziende farmaceutiche possono influenzare la domanda e generare interesse per i loro prodotti. Dato l'alto livello di concorrenza, è importante che i professionisti del settore siano in grado di applicare le ultime tendenze relative allo sviluppo e all'esecuzione di campagne promozionali e di marketing. Per questo motivo, TECH ha progettato un programma completo in formato 100% online, che offre agli specialisti la flessibilità di accedere in qualsiasi momento e luogo e da qualsiasi dispositivo dotato di connessione a Internet.



“

Amplia la tua conoscenza dei fondamenti del Marketing farmaceutico con questa qualifica esclusiva che solo TECH può offrirti"

All'interno dell'industria farmaceutica, il Marketing ben eseguito contribuisce ad aumentare le vendite dell'azienda e a far sì che i consumatori preferiscano determinati prodotti piuttosto che altri. Attraverso strategie quali promozioni di lanci pubblicitari, campagne pubblicitarie persuasive e programmi di fidelizzazione, le aziende farmaceutiche sono in grado di aumentare la propria quota di mercato.

Per questo motivo, la figura del farmacista specializzato in Marketing diventa indispensabile nella ricerca del successo commerciale. Essere all'avanguardia nelle più recenti tecniche pubblicitarie permetterà al farmacista di individuare le opportunità, rilevare le tendenze e anticipare i cambiamenti. Nasce così l'Esperto Universitario in Strategie di Marketing Applicate all'Industria Farmaceutica.

Si tratta di un programma che porta il professionista ad approfondire per 6 mesi lo sviluppo di un business plan, la corretta gestione dei processi di marketing e ad ottenere una visione generale del consumatore. In questo senso, lo studente avrà accesso a una serie di materiali multimediali, come riassunti video e letture specializzate, archiviati in una biblioteca virtuale, a cui si può accedere in qualsiasi momento e luogo, 24 ore su 24, senza alcuna restrizione oraria.

Questo **Esperto Universitario in Strategie di Marketing Applicate all'Industria Farmaceutica** possiede il programma scientifico più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ◆ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in Farmacia
- ◆ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ◆ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ◆ Particolare enfasi speciale sulle metodologie innovative
- ◆ Lezioni teoriche, domande all'esperto e/o al tutor, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ◆ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o portatile provvisto di connessione a internet



Applicherai con successo la metodologia SMART e aumenterai le vendite della tua Farmacia"

“

Con questa qualifica universitaria potrai costruire un'efficace strategia di Marketing applicata all'Industria Farmaceutica”

Il personale docente del programma comprende rinomati specialisti del settore e altre aree correlate, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

Contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale lo specialista deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

Grazie a questo programma migliorerai le tue capacità di analisi del mercato e svilupperai linee d'azione molto più efficaci all'interno del settore farmaceutico.

Accrescerai le tue competenze nel campo del Marketing care attraverso il programma più avanzato, elaborato da esperti consolidati di questo settore.



02 Obiettivi

L'obiettivo di questo Esperto Universitario è fornire ai farmacisti un aggiornamento completo sulle Strategie di Marketing più all'avanguardia e dirompenti utilizzate nell'Industria Farmaceutica. In questo modo, i professionisti potranno accrescere le proprie competenze in merito all'ideazione di piani strategici per la promozione dei prodotti farmacologici e a tutti gli elementi rilevanti per il raggiungimento degli obiettivi di marketing e di vendita. Per agevolare questo processo di aggiornamento, TECH mette a disposizione un programma di studio elaborato da veri esperti.



“

Potrai adattare le tue azioni promozionali alla perfezione, tenendo conto delle tendenze e dei cambiamenti nelle abitudini dei consumatori nel campo della salute"



Obiettivi generali

- ◆ Acquisire conoscenze specialistiche sull'Industria Farmaceutica
- ◆ Approfondire l'Industria Farmaceutica
- ◆ Approfondire gli ultimi sviluppi dell'Industria Farmaceutica
- ◆ Comprendere la struttura e il funzionamento dell'Industria Farmaceutica
- ◆ Comprendere l'ambiente competitivo dell'Industria Farmaceutica
- ◆ Comprendere i concetti e le metodologie delle ricerche di mercato
- ◆ Utilizzare tecnologie e strumenti per le ricerche di mercato
- ◆ Sviluppare competenze di vendita specifiche per l'Industria Farmaceutica
- ◆ Comprendere il ciclo di vendita dell'Industria Farmaceutica
- ◆ Analizzare il comportamento dei clienti e le esigenze del mercato
- ◆ Sviluppare capacità di leadership
- ◆ Comprendere gli aspetti specifici della gestione nell'Industria Farmaceutica
- ◆ Applicare le tecniche di gestione dei progetti
- ◆ Comprendere i principi e i fondamenti del Marketing nell'Industria Farmaceutica





Obiettivi specifici

Modulo 1. Piano di Marketing farmaceutico

- ◆ Approfondire i fondamenti del Marketing farmaceutico
- ◆ Sviluppare competenze nell'elaborazione di piani di Marketing
- ◆ Approfondire le caratteristiche e le esigenze dei clienti dell'Industria Farmaceutica

Modulo 2. Gestione di Marketing applicato all'Industria Farmaceutica

- ◆ Introdurre i principi e i fondamenti del Marketing dell'Industria Farmaceutica
- ◆ Sviluppare competenze nella gestione dei prodotti farmaceutici
- ◆ Trattare l'uso di strumenti e tecniche di Marketing digitale

Modulo 3. Il consumatore

- ◆ Approfondire il comportamento del consumatore
- ◆ Analizzare i diversi segmenti di mercato
- ◆ Ricercare le tendenze e i cambiamenti nelle abitudini dei consumatori
- ◆ Applicare tecniche di ricerca di mercato



Entrerai nel mondo del Marketing dei componenti nutrizionali e ospedalieri, attraverso il miglior materiale didattico"

03

Direzione del corso

Nel rispetto del suo impegno nella qualità dei programmi, TECH ha messo insieme un eccellente personale docente composto da specialisti nel campo dell'Industria Farmaceutica e del Marketing. Grazie alle loro conoscenze approfondite, lo studente avrà la garanzia di accedere a una qualifica in linea con le proprie esigenze di aggiornamento, al fianco di grandi specialisti. Inoltre, la disponibilità del personale docente permetterà allo studente di risolvere qualsiasi dubbio sul contenuto del programma.





“

Aggiornati con un programma di studi progettato da esperti del settore farmaceutico, dove imparerai a utilizzare le strategie pay per click, al fine di ottimizzare i tuoi risultati"

Direzione



Dott. Calderón, Carlos

- ◆ Direttore Marketing e Pubblicità presso *Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano S.A.*
- ◆ Consulente di Marketing e Pubblicità presso *Experiencia MKT*
- ◆ Direttore Marketing e Pubblicità presso *Marco Aldany*
- ◆ CEO e direttore creativo presso *C&C Advertising*
- ◆ Direttore Marketing e Pubblicità presso *Elsevier*
- ◆ Direttore Creativo presso *CPM Consultores de Publicidad y Marketing*
- ◆ Tecnico Pubblicitario presso la *CEV di Madrid*



Dott. Expósito Esteban, Alejandro

- ◆ Direttore Digitale di *Innovation and Business Operation* presso *Merck Group*
- ◆ Direttore Digitale e delle Nuove Tecnologie presso *McDonals Spagna*
- ◆ Direttore delle Alleanze e dei Canali presso *Microma The Service Group*
- ◆ Direttore dei Servizi Post-vendita presso *Pc City Spain S.A.U.*

Personale docente

Dott. Rodríguez Muñoz, Rubén

- ◆ Direttore Marketing di vaccini presso GSK
- ◆ Responsabile della Vaccinazione per Adulti e Leader di Lancio Pubblicitario presso GSK
- ◆ *Market Access Manager presso Baxter International Inc.*
- ◆ Responsabile territoriale per la salute presso Bayer
- ◆ *Product Manager presso Bayer*
- ◆ Laurea in Pubblicità e Relazioni Pubbliche presso la *ESIC Business School*
- ◆ Master in Gestione Commerciale e Marketing nell'Industria Farmaceutica presso il Centro di Studi Superiori dell'Industria Farmaceutica (CESIF)
- ◆ Master in Valutazione della Salute e Accesso al Mercato (Farmacoeconomia) presso l'Università Carlos III di Madrid

Dott. González Suárez, Hugo

- ◆ Digital & Product Marketing Manager presso Laboratorios ERN S.A.
- ◆ Product Marketing and Project Manager presso Amgen
- ◆ Laurea in Biochimica e Farmacologia presso la Cambridge International University
- ◆ Master in Marketing presso il Centro di Studi Superiori dell'Industria Farmaceutica (CESIF)
- ◆ Master in Amministrazione Aziendale presso la *ESNECA Business School*

Dott. Cuadrado, Juan

- ◆ *Brand Manager & Adult Vaccination Lead presso GSK*
- ◆ *Product Manager COVID-19 Therapeutics presso GSK*
- ◆ Multichannel Marketing presso GSK
- ◆ *Product Manager presso Cantabria Labs Spagna*
- ◆ Medical Affairs Trainee presso GSK
- ◆ Laurea in Farmacia presso l'Università Complutense di Madrid
- ◆ Master in Scoperta e Sviluppo di Farmaci presso l'Imperial College di Londra

04

Struttura e contenuti

L'Esperto Universitario in Strategie di Marketing Applicate all'Industria Farmaceutica presenta un programma che permetterà agli studenti di sviluppare dall'inizio alla fine un piano completo, finalizzato alla promozione e alla vendita attraverso diversi canali. Il tutto in una prospettiva teorico-pratica e con il miglior materiale didattico multimediale. Inoltre, grazie all'implementazione del metodo *Relearning*, lo studente ridurrà le ore di studio e rafforzerà la comprensione dei concetti determinanti a lungo termine.



“

Con il metodo Relearning, ottimizzerai il tuo studio ed eviterai di passare lunghe ore, concentrandoti soprattutto sui concetti più rilevanti”

Modulo 1. Piano di Marketing farmaceutico

- 1.1. Basi del piano di Marketing farmaceutico
 - 1.1.1. Analisi del contesto
 - 1.1.2. Opportunità
 - 1.1.3. Minacce
 - 1.1.4. Implementazione
- 1.2. Obiettivi del piano di Marketing
 - 1.2.1. Obiettivi SMART
 - 1.2.2. Obiettivi di penetrazione del mercato
 - 1.2.3. Obiettivi di crescita delle vendite
 - 1.2.4. Obiettivo di fidelizzazione del cliente
- 1.3. La strategia generale del piano di Marketing
 - 1.3.1. Definizione della visione
 - 1.3.2. Definizione degli obiettivi
 - 1.3.3. Strumenti del piano di Marketing
 - 1.3.4. Conclusioni
- 1.4. Marketing OTC
 - 1.4.1. Analisi del mercato dei prodotti OTC
 - 1.4.2. Sviluppo della strategia
 - 1.4.3. Progettazione del packaging
 - 1.4.4. Sviluppo delle Strategie di espansione
- 1.5. Marketing del *consumer care*
 - 1.5.1. *Branding*
 - 1.5.2. Utilizzo del Marketing digitale
 - 1.5.3. Definizione delle Strategie chiave
 - 1.5.4. Conclusioni
- 1.6. Marketing medico
 - 1.6.1. Bisogni specifici
 - 1.6.2. Pubbliche relazioni
 - 1.6.3. Gestione delle conferenze mediche
 - 1.6.4. Strategie per le cliniche
- 1.7. Marketing dei componenti nutrizionali
 - 1.7.1. Misurazione delle prestazioni
 - 1.7.2. Tendenze del Marketing nutrizionale
 - 1.7.3. Progressi del Marketing nutrizionale
 - 1.7.4. Conclusioni





- 1.8. Marketing dei prodotti generici
 - 1.8.1. Misurazione delle prestazioni
 - 1.8.2. *Branding* ed etichettatura
 - 1.8.3. PPV
 - 1.8.4. Conclusione
- 1.9. Marketing dei prodotti ospedalieri
 - 1.9.1. Identificare il mercato di riferimento
 - 1.9.2. Collaborazione con i fornitori
 - 1.9.3. Dimostrazioni
 - 1.9.4. Conclusione
- 1.10. Il Marketing digitale nell'Industria Farmaceutica
 - 1.10.1. Ottimizzazione dei motori ricerca
 - 1.10.2. PPC
 - 1.10.3. Strategie di Marketing mobile
 - 1.10.4. Email Marketing

Modulo 2. Gestione di Marketing applicato all'industria farmaceutica

- 2.1. La comunicazione
 - 2.1.1. La comunicazione efficace e incisiva
 - 2.1.2. Partecipazione agli eventi
 - 2.1.3. Team di comunicazione
 - 2.1.4. Comunicazione interna
- 2.2. Pubblicità
 - 2.2.1. Pubblicità su carta stampata
 - 2.2.2. Pubblicità televisiva
 - 2.2.3. Pubblicità radiofonica
 - 2.2.4. Pubblicità sui social network
- 2.3. Marketing diretto
 - 2.3.1. Posta diretta
 - 2.3.2. Messaggi di testo
 - 2.3.3. Chiamate telefoniche
 - 2.3.4. Programmi di fidelizzazione
- 2.4. e-Marketing
 - 2.4.1. Marketing dei partner
 - 2.4.2. Marketing di contenuti
 - 2.4.3. Pubblicità online

- 2.5. Ricerca di tendenze di mercato
 - 2.5.1. Innovazioni tecnologiche
 - 2.5.2. Cambiamenti epidemiologici
 - 2.5.3. Accesso ai mercati emergenti
 - 2.5.4. Digitalizzazione della salute
- 2.6. Differenziazione
 - 2.6.1. Farmaci innovativi
 - 2.6.2. Formulazioni migliorate
 - 2.6.3. Approccio alla sicurezza
 - 2.6.4. Servizi di supporto al paziente
- 2.7. Campagne pubblicitarie
 - 2.7.1. *Got Milk*
 - 2.7.2. *Share a coke*
 - 2.7.3. *The truth*
 - 2.7.4. *Like a girl*
- 2.8. Creazione di contenuti
 - 2.8.1. Pubblicazioni scientifiche
 - 2.8.2. Materiali educativi
 - 2.8.3. Contenuti online
 - 2.8.4. *Webinar*
- 2.9. Le esigenze del consumatore
 - 2.9.1. Sicurezza
 - 2.9.2. Efficacia
 - 2.9.3. Qualità
 - 2.9.4. Accessibilità
- 2.10. Il comportamento del consumatore
 - 2.10.1. Problemi di salute
 - 2.10.2. Influenza medica
 - 2.10.3. Ricerca di informazioni
 - 2.10.4. Esperienze precedenti

Modulo 3. Il consumatore

- 3.1. Conoscere il consumatore
 - 3.1.1. Analisi dei dati di vendita
 - 3.1.2. Profilo del consumatore
 - 3.1.3. Ricerca sull'opinione pubblica
 - 3.1.4. Studio sulla soddisfazione del cliente
- 3.2. L'andamento della domanda
 - 3.2.1. Invecchiamento della popolazione
 - 3.2.2. Consapevolezza della salute
 - 3.2.3. Progressi tecnologici
 - 3.2.4. Medicina preventiva
- 3.3. Comunicazione efficace
 - 3.3.1. Messaggi chiari
 - 3.3.2. Informazioni scientifiche
 - 3.3.3. Trasparenza
 - 3.3.4. Comunicazione bidirezionale
- 3.4. Esperienze precedenti
 - 3.4.1. Produzione farmaceutica
 - 3.4.2. Farmacovigilanza
 - 3.4.3. Rimborso
 - 3.4.4. Analisi dei dati
- 3.5. Accessibilità dei prodotti
 - 3.5.1. Packaging dei prodotti
 - 3.5.2. Informazioni in braille
 - 3.5.3. Confezioni con dosi unitarie
 - 3.5.4. Adattamento dei formati
- 3.6. Educazione del consumatore
 - 3.6.1. Promozione dell'aderenza
 - 3.6.2. Uso sicuro dei farmaci da banco
 - 3.6.3. Educazione alle malattie croniche
 - 3.6.4. Effetti collaterali

- 3.7. Creazione di prodotti
 - 3.7.1. Sviluppo preclinico
 - 3.7.2. Prove cliniche
 - 3.7.3. Fabbricazione
 - 3.7.4. *Packaging* ed etichettatura
- 3.8. Il rapporto tra medico e paziente
 - 3.8.1. Comunicazione aperta
 - 3.8.2. Comunicazione trasparente
 - 3.8.3. Processo decisionale condiviso
 - 3.8.4. Rispetto ed empatia
- 3.9. Responsabilità sociale
 - 3.9.1. Etica
 - 3.9.2. Responsabilità sociale
 - 3.9.3. Sostenibilità ambientale
 - 3.9.4. Trasparenza e responsabilità
- 3.10. Influenza tecnologica
 - 3.10.1. Ricerca e sviluppo
 - 3.10.2. Medicina di precisione
 - 3.10.3. Sicurezza dei dati
 - 3.10.4. Apprendimento automatico

“ Con *TECH* potrai identificare il tuo mercato di riferimento e stabilire partnership con fornitori strategici per consolidare la tua posizione nel settore farmaceutico”

05

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: *il Relearning*.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il *New England Journal of Medicine*.



“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

In TECH applichiamo il Metodo Casistico

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Durante il programma affronterai molteplici casi clinici simulati ma basati su pazienti reali, per risolvere i quali dovrai indagare, stabilire ipotesi e infine fornire una soluzione. Esistono molteplici prove scientifiche sull'efficacia del metodo. Gli studenti imparano meglio, in modo più veloce e sostenibile nel tempo.

Grazie a TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali di tutto il mondo.



Secondo il dottor Gérvas, il caso clinico è una presentazione con osservazioni del paziente, o di un gruppo di pazienti, che diventa un "caso", un esempio o un modello che illustra qualche componente clinica particolare, sia per il suo potenziale didattico che per la sua singolarità o rarità. È essenziale che il caso sia radicato nella vita professionale attuale, cercando di ricreare le condizioni reali nella pratica professionista farmaceutico.

“

Sapevi che questo metodo è stato sviluppato ad Harvard nel 1912 per gli studenti di Diritto? Il metodo casistico consisteva nel presentare agli studenti situazioni reali complesse per far prendere loro decisioni e giustificare come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard”

L'efficacia del metodo è giustificata da quattro risultati chiave:

1. I farmacisti che seguono questo metodo, non solo assimilano i concetti, ma sviluppano anche la capacità mentale, grazie a esercizi che valutano situazioni reali e richiedono l'applicazione delle conoscenze.
2. L'apprendimento è solidamente fondato su competenze pratiche, che permettono allo studente di integrarsi meglio nel mondo reale.
3. L'approccio a situazioni nate dalla realtà rende più facile ed efficace l'assimilazione delle idee e dei concetti.
4. La sensazione di efficienza degli sforzi compiuti diventa uno stimolo molto importante per gli studenti e si traduce in un maggiore interesse per l'apprendimento e in un aumento del tempo dedicato al corso.



Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Il farmacista imparerà mediante casi reali e la risoluzione di situazioni complesse in contesti di apprendimento simulati. Queste simulazioni sono sviluppate utilizzando software all'avanguardia per facilitare un apprendimento coinvolgente.



All'avanguardia della pedagogia mondiale, il metodo Relearning è riuscito a migliorare i livelli di soddisfazione generale dei professionisti che completano i propri studi, rispetto agli indicatori di qualità della migliore università online del mondo (Columbia University).

Grazie a questa metodologia abbiamo formato con un successo senza precedenti più di 115.000 farmacisti di tutte le specialità cliniche, indipendentemente dal carico chirurgico. La nostra metodologia pedagogica è stata sviluppata in un contesto molto esigente, con un corpo di studenti universitari di alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.

Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico.

Il punteggio complessivo del sistema di apprendimento di TECH è 8.01, secondo i più alti standard internazionali.



Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati da studenti specialisti che insegneranno nel corso, appositamente per esso, in modo che lo sviluppo didattico sia realmente specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Tecniche e procedure in video

TECH rende partecipe lo studente delle ultime tecniche, degli ultimi progressi educativi e dell'avanguardia delle tecniche farmaceutiche attuali. Il tutto in prima persona, con il massimo rigore, spiegato e dettagliato affinché tu lo possa assimilare e comprendere. E la cosa migliore è che puoi guardarli tutte le volte che vuoi.



Riepiloghi interattivi

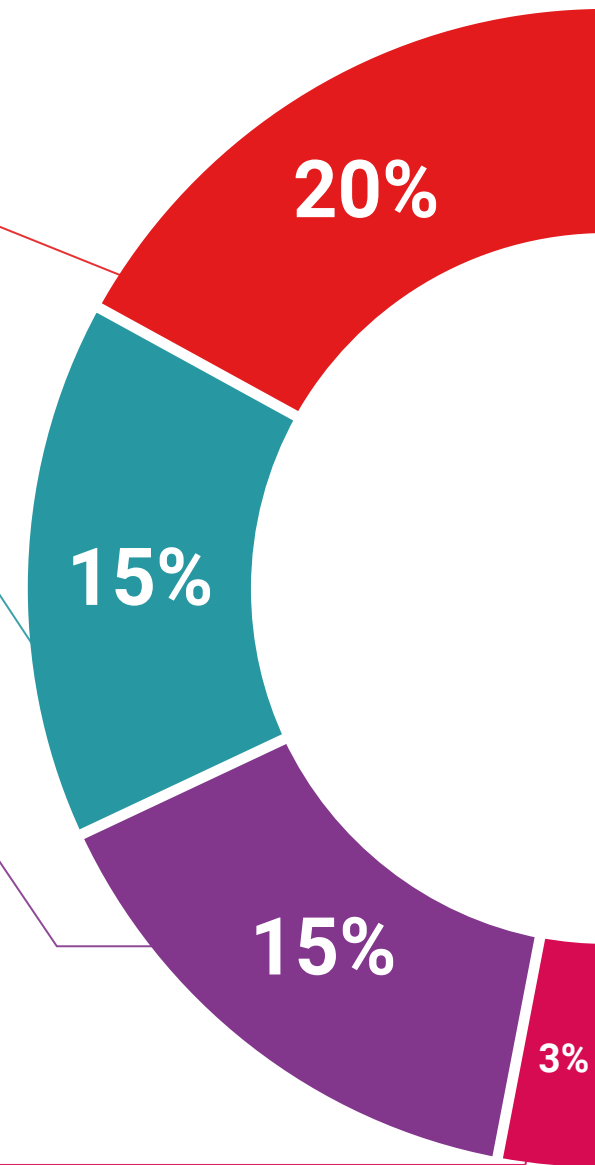
Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo sistema di specializzazione unico per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Analisi di casi elaborati e condotti da esperti

Un apprendimento efficace deve necessariamente essere contestuale. Per questa ragione, ti presenteremo il trattamento di alcuni casi reali in cui l'esperto ti guiderà attraverso lo sviluppo della cura e della risoluzione di diverse situazioni: un modo chiaro e diretto per raggiungere il massimo grado di comprensione.



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi: la denominazione "Learning from an Expert" rafforza le conoscenze e i ricordi e genera sicurezza nel futuro processo decisionale.



Guide di consultazione veloce

TECH ti offre i contenuti più rilevanti del corso in formato schede o guide di consultazione veloce. Un modo sintetico, pratico ed efficace per aiutare lo studente a progredire nel suo apprendimento.



06 Titolo

L'Esperto Universitario in Strategie di Marketing Applicate all'Industria Farmaceutica garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Esperto Universitario in Strategie di Marketing Applicate all'Industria Farmaceutica** possiede il programma scientifico più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Esperto Universitario** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nell'Esperto Universitario, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Esperto Universitario in Strategie di Marketing Applicate all'Industria Farmaceutica**

N° Ore Ufficiali: **450 o.**



*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.

futuro
salute fiducia persone
educazione informazione tutor
garanzia accreditamento insegnamento
istituzioni tecnologia apprendimento
comunità impegno
attenzione personalizzata innovazione
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingue

tech università
tecnologica

Esperto Universitario
Strategie di Marketing
Applicate all'Industria
Farmaceutica

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università
Tecnologica
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

Esperto Universitario
Strategie di Marketing
Applicate all'Industria
Farmaceutica

